

ОСНОВЫ АНАЛИТИКИ В МАРКЕТИНГЕ

ЗАНЯТИЕ 3

Задание «Создание и обработка результатов анкеты в Google Forms»

Составьте анкету, используя программу для администрирования опросов Google Forms.

Требования к анкете (обязательные к выполнению).

- анкета должна состоять из 20-25 вопросов (вопросы вы распределяете сами, логику распределения вы должны уметь объяснить при защите работы);
- в вашей анкете должно быть минимум 3 вопроса на получение номинальных данных, минимум 7 вопросов на получение порядковых и минимум 10 вопросов на получение интервальных данных;
- вопросы анкеты должны быть расположены в логической последовательности и каждый последующий должен развивать предыдущий;
- использование схемы (нарастающая, обратная, полная пирамида) на ваше усмотрение;
- анкета может содержать как закрытые и открытые вопросы;
- используя инструменты «Google Forms», создавайте разные вопросы: «Текст (строка)», «Один из списка», «Несколько из списка», «Сетка (множественный выбор)».

Ориентируйтесь на ваш вариант и учитывайте классические правила составления анкеты в маркетинговых исследованиях.

Рекомендации по составлению анкеты:

1. «Воронка от простого к сложному» – в основной части анкеты начинайте с простых и легких вопросов и заканчивайте сложными
2. «Хронометраж» – рекомендуется не превышать порог в 20-25 вопросов в своей анкете, чтобы не утомлять респондента. Помните что опрос для маркетингового исследования это не есть тоже самое что и научное исследование в рамках написания докторской диссертации. Думайте о комфорте для человека, который будет отвечать на вопросы вашей анкеты
3. «Разнообразие» – используйте вопросы, рассчитанные на получение различных типов данных. Так вы сможете извлечь больше полезной, с точки зрения исследователя, информации при их обработке
4. «Лаконичность, четкость формулировки» – используйте минимум сложных и специфичных терминов в вашем тексте. Ориентир – инфо-стиль. Для ознакомления с принципами инфо-стиля текста рекомендуется к прочтению книга Максима Ильяхова «Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст»

5. «Качественные и открытые вопросы» - рекомендуется начинать и заканчивать вопросами «качественного характера»